
O Processo de Criação do Podcast Essa Voz Eu Já Ouvi¹

Heloísa Cipriano LIMA²
Valquíria Guimarães da SILVA³
Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO

Resumo

O presente trabalho tem como finalidade apresentar o processo de criação da série de podcast Essa Voz Eu Já Ouvi, que consistiu na divulgação das diferentes personalidades que compõem o universo profissionalmente vocal, ou seja, pessoas que são reconhecidas através apenas de suas vozes: os locutores e dubladores. O formato podcast tem raízes no rádio, mas também está voltado para o gênero *web* jornalístico. O produto surge com a intenção de fazer o trabalho desse nicho de locutores e dubladores ser mais reconhecido na sociedade em geral, e mostrar como são importantes em vários aspectos que cercam o nosso dia a dia. Este artigo apresenta, assim, todo o processo de produção e criação da série de podcast Essa Voz Eu Já Ouvi.

Palavras-Chave: Voz; Reconhecimento; Podcast.

Introdução

O ser humano, assim como qualquer outro ser vivo no mundo, tem a necessidade natural de se agrupar e se comunicar: o aspecto social é imprescindível para sua evolução. Para se comunicar, ele utiliza da linguagem não verbal e verbal, por meio de gestos, de signos e da fala.

A voz é um dos instrumentos para haver comunicação entre a sociedade. A origem da comunicação humana vem sendo estudada há muitos anos por linguistas e estudiosos da comunicação, chegando a ser considerada por alguns o problema da ciência mais difícil de ser entendido e solucionado. Estudá-la é um grande desafio para antropólogos, linguistas, historiadores, arqueólogos e psicólogos.

É certo que a comunicação não é uma exclusividade do ser humano; ela está presente também na vida de todos os animais, de todas as espécies. Porém, o homem

¹ Trabalho apresentado ao IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins. email: helociprianolm@uft.edu.br.

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Ciências da Comunicação, área de especialização em Estudos dos Media e do Jornalismo pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Professora Adjunta da Universidade Federal do Tocantins, email: vguimaraes@uft.edu.br.

adquiriu com o tempo o poder de falar e escrever, capacidade que os outros seres vivos desconhecem. É difícil especificar exatamente o momento em que os seres humanos desenvolveram essas habilidades.

Para facilitar, os estudiosos Melvin DeFleur e Sandra Ball-Rokeach (1993) dividiram o estudo da evolução da humanidade em eras: dos Símbolos e Sinais, da Fala e da Linguagem, da Escrita, da Imprensa, da Comunicação de Massa e dos Computadores. Foi na primeira delas, dos Símbolos e Sinais, que o homem caminhou para o início da comunicação, por meio de gestos e gritos como instinto de sobrevivência, em ocasiões para sinalizar perigo. Mas foi na segunda era que a mudança foi radical: quando a habilidade de se comunicar passou a ser desencadeada oralmente, por meio da fala, com o aparecimento de um novo ancestral parecido com o *Homo Sapiens*, o *Cro-Magnon*.

Além de DeFleur e Ball-Rokeach, existiram outros estudiosos que se aprofundaram no assunto da comunicação humana. Entre eles, podemos destacar o naturalista Charles Darwin (1859), com a Teoria da Evolução das Espécies; e o linguista Ferdinand de Saussure (1916), com sua obra Curso de Linguística Geral que, como conta Damasceno (2012, p. 2), fez a linguagem ser reconhecida como estudo científico, aprofundando a Linguística no que se refere à fala.

O advento e a contribuição dos estudos de Saussure foi a introdução do exame da comunicação e a investigação sobre a língua e seus usos. Desses estudos derivaram concepções e análises importantes, como os estudos sobre fonética, morfologia, sintaxe e semântica e as correspondentes linhas de pesquisa (DAMASCENO, 2012, p. 2).

Diante disso, podemos considerar a voz como um instrumento que dá liberdade ao indivíduo em expressar sua personalidade, seus anseios e suas emoções, já que o tom diferencia para cada sentimento - tristeza, alegria, raiva, medo, etc. Além disso, a voz é um dos aspectos do ser humano que leva uns aos outros a se reconhecerem. Cada um de nós contém sua própria e única voz no mundo. Vivemos, portanto, num universo recheado de signos e símbolos, em que a palavra se insere aqui, no qual a língua nos dá sentido e significado em nossa integridade.

Na dublagem, por exemplo, plataformas de *streaming* fizeram o trabalho do dublador ganhar visibilidade. A estreia da série *House of Cards* na Netflix, em 2013, foi dublada para um total de sete idiomas. O salto desse número de idiomas para quatro

anos depois foi relevante: foram 25 idiomas dublados para a série *Ozark*. É pensando na importância do profissional que trabalha com a voz que o tema foi escolhido, já que é um ramo que, como visto, mesmo que esteja crescendo, tem pouco aprofundamento na academia.

Desta forma o nosso objetivo principal foi produzir uma série de podcasts sobre o reconhecimento do trabalho de locutores e dubladores brasileiros, aprofundando sobre o tema com quem sabe do assunto, que são os nossos locutores e dubladores, através das entrevistas realizadas. Com isso, pretendemos expor conhecimentos até então desconhecidos sobre locução e dublagem; tornar reconhecido o trabalho do profissional da voz; inspirar aqueles que querem trabalhar no ramo; e instigar o ouvinte a conhecer novas ferramentas de comunicação, como o podcast.

O produto jornalístico apresentado pretende trazer as diferentes personalidades da locução e dublagem, reconhecidas por meio de suas vozes, por meio da plataforma do podcast. Esse recurso é um arquivo de áudio disponível para todo e qualquer público gratuitamente e *online*, podendo ser baixado para ouvir *offline*. Assim como o rádio, o podcast consegue ser um produto acessível a todos os públicos.

Além disso, há também a importância que o produto pretendido terá para a sociedade ou, mais especificamente, para o público ouvinte. O podcast vem se popularizando nesses últimos anos; isso deve-se muito ao advento da tecnologia. Essa é a geração dos *Millennials*, desenvolvida numa época de grandes avanços tecnológicos. Vivemos numa sociedade digital, sempre conectada e acessível às inúmeras informações transmitidas por aplicativos baixados em *smartphones* e *tablets*; tanto é que não é raro vermos crianças já sabendo mexer em tudo o que é digital. Diante disso, o ouvinte terá acesso a uma plataforma diferente e de fácil acesso.

Quanto ao conteúdo, ele conhecerá o universo e a rotina do trabalho de profissionais que precisam dar atenção absoluta à saúde vocal, já que dependem disso para seu próprio sustento e reconhecimento profissional. O conteúdo, portanto, será ainda mais atrativo para ouvintes que são fãs do trabalho de dubladores ou locutores e para aqueles que trabalham na área.

O produto jornalístico foi pensado como um podcast também por causa do aspecto da acessibilidade. Foi preciso pensar em uma plataforma que agregasse o conteúdo, até porque falar sobre voz sem que haja uma voz não faz tanto sentido e a ideia é juntar todo o público ouvinte para ouvir um conteúdo específico do ramo.

Por fim, o despertar do interesse do público ao tema proposto, que não é tão comentado e discutido na sociedade, trará novas visões do que a voz representa para quem trabalha com ela; e ainda, como isso afeta os ouvintes.

Podcast

O termo “podcast” foi visto como uma sugestão pela primeira vez em 2004, num artigo publicado no jornal britânico *The Guardian*, de autoria do jornalista Ben Hammersley. Na época, os antigos iPods estavam em alta no mundo todo; e as novas configurações de como ouvir áudios, que não fossem em rádios, ainda se encontravam sem uma nomeação definida. Como diz Lucio Luiz (*apud* LOPES, 2015) essa nova forma de ouvir conteúdos já não era mais novidade: os internautas acessavam os blogs, baixavam o áudio e ouviam-o.

Porém, houve um novo método que tornava todo esse processo muito mais simples, com a utilização de agregadores chamados RSS (*Really Simple Syndication*). Esses agregadores, hoje em dia muito utilizados na mídia digital em geral, são programas que conseguem, por exemplo, “[...] saber que um blog foi atualizado sem que a pessoa precise visitar o site. Ou seja, em vez de o internauta ir até o conteúdo, é o conteúdo que ‘vai’ para o internauta” (LUIZ *apud* LOPES, 2015, p. 14).

Esse método utilizando RSS foi pensado primeiramente por Dave Winer; porém, quem conseguiu criar o que conhecemos como podcast hoje foi o empresário estadunidense Adam Curry (LUIZ *apud* LOPES, 2015, p. 14). Em seu procedimento, conseguiu transferir um áudio em RSS através do agregador iTunes. Por isso, o nome que ficou conhecido da sua forma de transferir arquivos de áudio foi “RSStoIPod”.

Diante desses fatos, pode-se dizer que podcast é um arquivo ou vários arquivos de áudios disponibilizados através de agregadores, como o RSS, na mídia digital, e que podem ser ouvidos em qualquer local e a qualquer momento.

Por ser um produto relacionado à *Web*, o podcast está inserido na categoria multimídia em áudio. Por isso, é um produto oriundo de uma convergência das mídias; como uma junção do rádio com a Internet. Segundo Neuberger (2012, p. 127), tirando o caso da transmissão ao vivo, alguns dos aspectos que diferenciam o rádio na internet

[...] é a não-linearidade do conteúdo. Assim como qualquer site disponível na web, é possível realizar uma navegação hipermidiática,

já que se pode ouvir podcasts de acordo com o assunto de interesse de cada um, olhar álbuns de fotos de artistas ou de últimas notícias, ver um videoclipe, interagir com os locutores, tudo de acordo com o gosto individual. Não é mais necessário, dessa forma, esperar a atualização via locutor.

Os podcasts são, portanto, uma nova forma de ouvir conteúdo informativo porém de forma mais prática, no dia a dia, sem que o ouvinte tenha que seguir uma programação; ele próprio monta a sua programação. É como diz Berry (*apud* PAULO 2013, p. 52), ao afirmar que

[...] o podcast oferece uma forma mediática horizontal, em que os produtores são consumidores e os consumidores são produtores, remontando às origens desta ferramenta, criada por Dave Winer e Adam Curry, que queriam arranjar forma de partilhar, online, os seus conteúdos áudio favoritos, tendo para isso criado e disponibilizado um programa em código aberto, para que outros o pudessem desenvolver e melhorar, o que contribuiu para a sua popularidade.

Para o podcast *Essa Voz Eu Já Ouvi*, recorreremos a um dos tipos de podcasts que é muito utilizado pelos americanos, mas que aqui no Brasil começou a fazer mais sucesso em 2015: o *storytelling* (BRAGA, 2019). É comum encontrar na podosfera brasileira podcasts do tipo bate-papo, ou seja, aqueles em que se faz uma roda de conversa, como se fosse uma entrada ao vivo numa rádio - com a diferença de que no podcast é gravado - e a partir de então os mediadores e entrevistados começam a debater sobre diferentes assuntos do cotidiano.

Já com o *storytelling* é diferente. Como conta Braga (2015), esse podcast é formado geralmente por um roteiro, diferentemente do podcast bate-papo, que segue uma pauta e as pessoas conversam espontaneamente. Porém, há *storytellings* que não contém roteiro. Por isso, de acordo com Braga (2015), esse tipo de podcast é guiado em tom de prosa, focado em “personagens” e livre de debates.

Por fim, além do alto poder de diversidade de conteúdos, os podcasts também se caracterizam por utilizar sonoplastias, o que deixa o conteúdo ainda mais dinâmico. Como explica Ferraretto (2014, p. 194), “a música e os efeitos exploram a sugestão, criando imagens na mente do ouvinte. Os efeitos, em geral, permitem ao público ver o que está sendo descrito, e a música possibilita ao ouvinte sentir o que se transmite”.

A Comunicação Humana e a Voz

O tema deste trabalho contempla apresentar aos ouvintes, por meio do podcast, como a voz humana faz parte de seus dias através do trabalho do profissional conhecido por meio exclusivamente da voz, ou seja, locutores e dubladores. Diante disso, é importante destacar os primórdios da comunicação humana, que foi evoluindo até se chegar à fala humana.

Segundo Sergl (2005, p. 2), para aprender a falar, o homem parte primeiramente da escuta. O entendimento das palavras vem principalmente do som emitido pelas cordas vocais.

Nos primeiros anos de vida, ele imita os sons mais frequentes de seu universo sonoro. Em um segundo momento, ele seleciona desse repertório os sons que correspondem a algo prazeroso (carinho, comida). Em uma fase mais evoluída, ele passa a se comunicar a partir do vocabulário apreendido durante sua escuta. (SERGL, 2005, p. 2).

Esse entendimento de sons e comunicação começou por meio de signos adquiridos pelo homem primitivo. Os estudos sobre como e quando começou esse processo acontecem há muito tempo. Segundo Perles (2007, p. 5), signo é “qualquer coisa que faz referência a outra coisa ou ideia, e a significação, que consiste no uso social dos signos”.

O contexto da comunicação datada dos hominídeos foi bem explicado por DeFleur e Ball-Rokeach (1993), que descreveram as várias etapas de desenvolvimento da comunicação e a evolução do ser humano. A primeira Era levantada pelos estudiosos é a dos Símbolos e Sinais, quando ainda os ancestrais hominídeos ainda não caminhavam eretos. Nessa fase as respostas eram instintivas, a partir de gestos e sons em grunhidos, ainda sem a presença da fala. Segundo DeFleur e Ball-Rokeach (1993, p. 10) os berros e posturas corporais eram emitidos para “[...] assinalar perigo, a presença de comida, disposição para acasalar e caçada coordenada”. Com a Era da Fala e da Linguagem, há cerca de 55 mil anos atrás, o homem saltou de nível para uma compreensão melhor de símbolos e sinais, com o aparecimento do *Cro-Magnon*, nova forma de *Homo Sapiens*. Desta época em diante, as eras comunicacionais passaram a ser cada vez mais desenvolvidas, começando com a Era da Escrita e seguindo com a Era da Impressão, das Massas, das Mídias, e a Digital.

No mesmo sentido, Santaella (2003, p. 13) propôs a divisão de seis eras culturais para melhor entender o processo histórico da comunicação humana, que são: Oral, de Massas, Escrita, das Mídias, Impressa e Digital. Diante dessas seis eras culturais, é possível entender a passagem de uma cultura para outra, para enfim compreender como a tecnologia transforma o cotidiano da sociedade.

A voz, portanto, é uma das ferramentas que fazem parte de todo esse processo comunicacional. Definitivamente, é o principal instrumento do trabalho de locutores, seja de rádio ou de propagandas; e dubladores. Por fim, como diz Barthes (1990, p. 224-225), “a voz, que nos faz reconhecer os outros (como a letra sobre um envelope), dá-nos a conhecer sua maneira de ser, sua alegria ou sua tristeza, seu estado [...]”

Procedimentos Técnicos e Metodológicos

Houve uma apuração jornalística para a escolha dos entrevistados. O critério seguiu em busca daqueles que mais poderiam contribuir para cada programa.

Primeiramente, foi pensado os dubladores. Foram foram contatados um total de quinze dubladores, dos quais nove responderam e sete aceitaram o convite. Depois que houve o primeiro contato, foram elaboradas as perguntas para cada um, com profunda pesquisa a respeito de cada entrevistado. Porém, na fase de realização das entrevistas, dos sete que aceitaram, quatro responderam. Ana Lúcia Menezes, Carla Pompilio e Hercules Franco responderam por WhatsApp; e Andrea Murucci via e-mail, enviando os áudios.

Os locutores foram escolhidos logo depois da escolha dos dubladores. Já que o produto jornalístico pretende também trazer a regionalidade tocantinense, foi pensado em dois diferentes programas: um com locutores de diferentes Estados brasileiros e outro com locutores exclusivamente do Tocantins. Para os nacionais, foram contatados dez, dos quais cinco aceitaram o convite. Os contatos foram retirados do site Clube da Voz, uma associação brasileira de locutores comerciais. As entrevistas aconteceram com quatro deles: Ana Paula Aquino, Antonielia Canto, Maria Paula Uchôa e Regina Bittar. Quanto aos locutores que trabalham no Tocantins, o contato foi feito com apenas dois locutores e ambos aceitaram. Wagner Quintanilha foi escolhido por causa de sua trajetória no Estado, já que trabalha praticamente desde a implantação do radiojornalismo tocantinense; e Tina Santos também foi escolhida pelo mesmo motivo.

Já que cada um dos três episódios contém 15 minutos de duração, não havia possibilidade de utilizar todas as entrevistas. Por isso, o critério escolhido na fase de criação dos roteiros considerou aqueles com as respostas mais completas, mas que não fossem cansativas e desgastantes. Além disso, foi considerada também a qualidade do som dos áudios dos entrevistados. No fim, os que entraram nos podcasts foram: Ana Paula Aquino, Regina Bittar, Tina Santos, Wagner Quintanilha, Andrea Murucci e Carla Pompilio.

Descrição do Produto

O produto jornalístico apresentado contém várias características, das quais cada uma passou por um processo para serem produzidas. Em vista disso, neste tópico listamos o público-alvo escolhido e a linguagem apresentada; bem como produções à parte, como o planejamento gráfico escolhido para compor as capas visualizadas no *player*, a divisão dos episódios, o formato, a escolha das músicas de fundo, a edição das vinhetas, a veiculação e a viabilidade.

Público-alvo e linguagem

O podcast é uma nova forma de ouvir rádio. E já que suas raízes vêm deste meio comunicacional, o modo como é feita sua produção está diretamente relacionado com a linguagem do rádio. Por isso, no podcast também é preciso simplicidade e objetividade, requisitos básicos para a escrita que será transformada em fala.

Portanto, os roteiros do podcast *Essa Voz Eu Já Ouvi* utilizaram-se da linguagem radiofônica para serem produzidos.

Utilizado para os programas montados - ou seja, gravados e editados -, [...] sendo destinado à produção de documentários e outros programas especiais, nos quais a base do conteúdo é o texto escrito e em que se explora a sua associação com efeitos sonoros, música e silêncio (FERRARETTO, 2014, p. 198)

No podcast, é preciso utilizar de uma linguagem que seja acessível e condizente ao público-alvo. A forma e o conteúdo da mensagem são diretamente vinculados às características do público que se pretende atingir (FERRARETTO, 2014, p. 36). Em razão disso, *Essa Voz Eu Já Ouvi* buscou contextualizar o tema a jovens adultos, entre

20 a 29 anos que, como foi visto, estão no *ranking* das três faixas etárias que mais consomem podcasts.

Contudo, o rádio e o podcast contêm diferenças quanto à linguagem simples exigida. O podcast pode ser ouvido a qualquer momento, basta que o usuário faça o *download* do episódio e tenha acesso. Já no rádio, o conteúdo é em tempo real; é um veículo de conteúdo instantâneo. Por isso, o ouvinte precisa ouvir com mais atenção, já que não terá mais a chance de voltar àquela informação que não ficou clara, perdendo a mensagem do receptor.

Desta forma, é possível ir de encontro aos desejos de uma sociedade que tem cada vez menos tempo para ligar o rádio à hora do seu programa favorito, não perdendo audiências (pois de certa forma, embora a pessoa não ouça a emissão, utiliza posteriormente o site para ouvir o que desejar) e correspondendo às expectativas dos ouvintes e utilizadores (PAULO, 2013, p. 52).

Portanto, a opção de continuar com uma linguagem simples durante o processo de produção dos roteiros foi escolhida justamente pela leveza do conteúdo, que objetiva alcançar o reconhecimento dos profissionais da voz não só pelo público-alvo, mas também por todos os que ouvirem o podcast apresentado. Além de ser uma linguagem clara, foi escolhido também algo mais cotidiano e espontâneo, para se aproximar do ouvinte; e alegre, já que é um conteúdo descontraído, sem polêmicas ou críticas ao assunto escolhido.

Planejamento gráfico

Como todo o podcast, o Essa Voz Eu Já Ouvi contém uma logo para ser publicada no *player*, enquanto toca o episódio. No Spotify, é possível visualizar a capa principal e as capas de cada episódio. O *layout* foi pensado intuitivamente no tema apresentado.

Diante disso, a capa principal contém uma boca levemente aberta para representar a fala; e, saindo dela, ondas sonoras (ver Figura 1). As imagens foram retiradas de um *site* que disponibiliza ícones vetoriais grátis (FREEPIK COMPANY, 2019). As letras maiúsculas contém o nome do podcast, na cor laranja e em forma de arco, a fim de passar harmonia ao design gráfico. Quanto às cores, foram utilizados tons em roxo, rosa e laranja, cores vibrantes e que transmitem o intuito do podcast em ser descontraído e alegre.

Figura 1: Capa principal do podcast "Essa Voz Eu Já Ouvi"



Fonte: Freepik Company (2019), org. Lima, H. C. (2019).

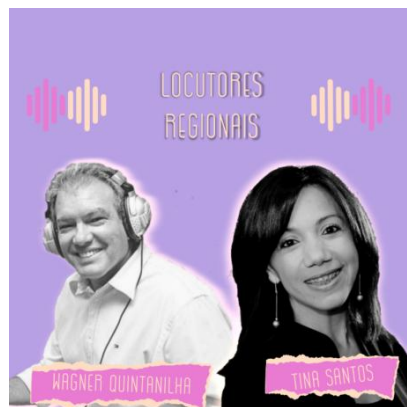
Para as capas de cada episódio (ver Figuras 2, 3 e 4) foram retiradas imagens da Internet de cada entrevistado. O tom utilizado nos entrevistados foi preto e branco, com as imagens recortadas e distribuídas nos designs de cada capa.

Figura 2: Capa do primeiro episódio



Fonte: Freepik Company (2019) e outros, org. Lima, H. C. (2019).

Figura 3: Capa do segundo episódio



Fonte: Freepik Company (2019) e outros, org. Lima, H. C. (2019).

Figura 4: Capa do terceiro episódio



Fonte: Freepik Company (2019) e outros, org. Lima, H. C. (2019).

Divisão de episódios e formato

Os podcasts produzidos contêm diferentes temas, em que cada um há duas personalidades da voz diferentes, como locutores comerciais, locutores de rádio e dubladores.

As entrevistas foram feitas de acordo com o tema que corresponde ao universo vocal. Para exemplificar como é a produção de um trabalho originado da voz, a conversa aconteceu descontraidamente com as personalidades entrevistadas, a maioria pelo serviço de mensagens instantâneas WhatsApp.

O produto jornalístico *Essa Voz Eu Já Ouvi*, portanto, foi dividido numa série de três episódios, com duração de aproximadamente 15 minutos cada.

A divisão foi pensada da seguinte forma:

- 1º episódio:** “Locutoras Nacionais”
- 2º episódio:** “Locutores Regionais”
- 3º episódio:** “Dubladoras Brasileiras”

Considerou-se de extrema importância, desde a execução do projeto deste podcast, a construção de uma relação com o ouvinte que o fizesse se interessar pelo conteúdo transmitido. Portanto, o objeto do produto jornalístico, ou seja, a voz, tentou ser transmitida de forma menos tecnicista possível. O formato ficou jovial, com músicas de fundo alegres para transmitir ao ouvinte conhecimento de forma divertida.

BGs e vinhetas

Foram feitas inserções de trilha de fundo nos momentos de transição, ou seja, no momento do fim das vinhetas para o início do conteúdo. A vinheta de abertura do programa foi produzida com as vozes dos entrevistados em seus respectivos trabalhos reconhecidos pelo público em geral, além de uma música de fundo para obter contraste e, no final, a subida da vinheta, com uma voz dizendo “Essa Voz Eu Já Ouvi”.

A música de fundo foi retirada da Biblioteca do Youtube, local onde contém músicas com direitos autorais liberados. A duração total da vinheta de abertura ficou com 40 segundos. A vinheta de encerramento do podcast contém apenas a música de fundo, chamada “*Beach Disco*”. A edição dos programas e da vinheta foram executadas nos programas de edição *Adobe Premiere* e *SoundForge*.

Veiculação e viabilidade

Os três episódios do podcast *Essa Voz Eu Já Ouvi* foram disponibilizados através da plataforma de *streaming* de música Spotify, considerada por muitos a mais popular e utilizada no mundo inteiro. Segundo Agrela (2019), no que se refere aos podcasts, o serviço ocupa atualmente a segunda posição no *ranking* de aplicativos para podcasts; quem está no topo é a Apple Podcasts, aplicativo da Apple dedicado a podcasts no iPhone.

Para o ouvinte ter acesso ao conteúdo, é preciso obter conta na plataforma. O processo é gratuito e o usuário pode escolher entre a utilização de conta de e-mail ou vincular a conta de seu Facebook. Logo depois que obter uma conta no Spotify, poderá ouvir a série de podcasts.

Para armazenar os episódios no Spotify, foi preciso criar uma conta no aplicativo Anchor⁴, uma plataforma para criação de podcasts. Além de conter essa ferramenta, o Anchor é uma espécie de agregador de conteúdo: o usuário cria ou sobe seu podcast e a distribuição para outras plataformas de *streaming* é feita exclusivamente pelo serviço, de forma totalmente gratuita. O aplicativo foi escolhido por ser intuitivo, fácil de utilizar e de publicar os conteúdos rapidamente, sem passar por grandes burocracias.

O podcast tem a característica de ser altamente acessível para todo e qualquer público. Por ser considerado uma ferramenta ubíqua, o conteúdo aqui apresentado para

⁴ Disponível em: <https://anchor.fm>.

ser veiculado é rentável dentro do podcast, principalmente ao público que se quer mais atingir, que são jovens adultos de 20 a 29 anos. Além disso, vem crescendo com o passar dos anos no mercado da comunicação, e conquistando espaço dentro desse nicho. É produzido de forma prática, rápida e sem muitos processos; além de poder consumi-lo gratuitamente. Assim, tanto o ouvinte quanto o podcaster saem ganhando, o que torna o produto bastante viável tanto com relação à produção, quanto à sua comercialização.

Considerações Finais

A rotina de profissionais que trabalham com a voz é exaustiva. Locutores comerciais, como bem mencionado por Ana Paula Aquino e Regina Bittar no primeiro episódio, precisam se engajar no mercado e sempre buscar aprimoramento, pois mais pessoas vêm chegando e, se não houver uma busca por se atualizar em novos formatos, perde espaço e não consegue se firmar com a concorrência. Com locutores de rádio ocorre o mesmo, ainda com a preocupação de informar o ouvinte, se atualizando de notícias o tempo todo. E dubladores, classe artística exclusiva da voz, estão 24 horas por dia trabalhando incansavelmente em estúdios, gravando e passando por todas as etapas de dublagem, que, como visto nas entrevistas com Andrea Murucci e Carla Pompilio, não são poucas. Inclusive, durante o processo de entrevista com as dubladoras, foi preciso procurar uma pausa ou outra de suas gravações nos estúdios de dublagem.

Através do podcast apresentado foi possível gerar reflexões sobre o que é ser locutor e dublador num país tão diversificado como o Brasil. Toca em questões que expõem a verdadeira função social de um profissional da voz, como em ser um espelho para quem precisa de apoio, como exemplos deficientes visuais e analfabetos.

Além disso, trata de questões importantes para visibilidade de trabalhos até então não regulamentados, como a profissão dublador. A regulamentação é importante porque existem muitos casos em que distribuidoras aceitam certos trabalhos por cobrarem mais barato e entregarem num prazo menor; porém, a qualidade técnica é inferior, o que gera dublagens mal feitas. Como consequência disso, o público, que não conhece esse outro lado da moeda, diminui o trabalho de toda a classe artística de dublagem. Essa generalização afeta aqueles que trabalham honestamente e, até mesmo, na questão da valorização e preservação da língua portuguesa, mencionada por Carla Pompilio.

Portanto, mesmo que a intenção da série de podcasts seja fazer reconhecido o trabalho desses profissionais de forma descontraída e leve, também toca em questões profundas e sérias além das mencionadas anteriormente: exemplos o piso salarial, a conquista das mulheres num mercado majoritariamente e tradicionalmente masculino, a rotina exaustiva, a busca pela qualificação para se engajar no mercado, o poder do rádio e o aspecto da regionalidade - especificamente no Tocantins.

A escolha do produto apresentado não foi pensada ao acaso. É uma ferramenta que está em constante crescimento no Jornalismo brasileiro. Não é raro ver rádios que utilizam o podcast como agregador de conteúdo, hospedando programas os quais o ouvinte que perdeu ou mesmo não ouviu possa ter acesso quando quiser e onde estiver. Por isso, este trabalho que é um dos únicos podcasts até então produzidos no curso de Jornalismo da UFT, pode fazer diferença no futuro do curso, até mesmo como ferramenta de análise do que mudou ou não com o passar dos anos.

Em resumo, o trabalho cumpriu com os objetivos de instigar o ouvinte a conhecer o podcast, uma nova ferramenta para o público interagir com conteúdos informativos, sendo descontraído e espontâneo; tornar reconhecido o trabalho de profissionais da voz; inspirar quem deseja trabalhar no ramo, com dicas exclusivamente dos entrevistados; e, por fim, expor a rotina até então pouco conhecida pelo público em geral.

REFERÊNCIAS

AGRELA, Lucas. **O que é o aplicativo Anchor**, a mais nova compra do Spotify. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/o-que-e-o-aplicativo-anchor-a-mais-nova-compra-do-spotify/>. Acesso em: 22 fev. 2019.

BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**: ensaios críticos III. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BRAGA, Diogo. **Storytelling**, uma outra forma de fazer podcast. Disponível em: <https://mundopodcast.com.br/artigos/storytelling/>. Acesso em: 20 fev. 2019.

DAMASCENO, E.A.D. **A comunicação humana**: das funções da linguagem à competência modal dos sujeitos da comunicação. 2012. (Desenvolvimento de material didático ou instrucional - fins didáticos: ensino de Língua Portuguesa).

DEFLEUR, M.; BALL-ROKEACH, S. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

FERRARETTO, L. A. **Rádio** - Teoria e Prática. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

FREEPIK COMPANY S. L. **Flaticon**. 2013-2019. Disponível em: <https://www.flaticon.com/>. Acesso em: 20 mar. 2019.

LOPES, Leo. **Podcast** - Guia Básico. Rio de Janeiro: Marsupial, 2015.

NEUBERGER, R. S. A. **O rádio na era da convergência das mídias**. 1. ed. Cruz das Almas: Editora da UFRB, 2012. v. 1. 164p.

SANTAELLA, L. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SERGL, M. J. **A voz humana nas mídias sonoras** - uma análise da escuta e da emissão vocal midiática. In: Intercom 2005 - Ensino e Pesquisa em Comunicação - XVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: Intercom, 2005.

PAULO, Nádia. **Convergência Multimédia e os Conteúdos Móveis da Rádio**. Tese (Mestrado em Comunicação Social) - Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade Técnica de Lisboa. Portugal, 2013.

PERLES, J. B. **Comunicação: conceitos, fundamentos e história**. In: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior - Portugal, 2007. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/perles-joao-comunicacao-conceitos-fundamentos-historia.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2019.